

1. Н.Водопьянова, Е. Старченкова Синдром выгорания: диагностика и профилактика. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. - 336с.
2. Мардахаев Л.В. Социальная педагогика. – М., 2006.- с. 243.
3. Современная энциклопедия социальной работы / Под ред. Академика РАН В.И. Жукова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Издательство РГСУ, 2008. –с.252.

## **ЭКОНОМИКА – ТРУД – ПОТРЕБЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Анисина Е.А.,  
Жабинская В.В.,  
г. Рязань

### **К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**

В XXI веке практически все страны мира вовлечены в активный процесс модернизации, цель которой – создание современной рыночной экономики, основанной на многообразии форм собственности, с четкой социальной ориентацией на повышение жизненного уровня населения и его социальной защищенности в современных условиях.

Важная миссия в этом процессе возлагается на бизнес-сообщество, как самую прогрессивную и инновационную сферу общества. Создание рабочих мест, обеспечение потребителей необходимым количеством товаров и услуг, обучение и переквалификация своих сотрудников, увеличение дохода населения, рост налогов – те немногие функции, которые выполняет бизнес.

Однако сегодня чтобы дать оценку эффективности деятельности предпринимательства, необходимо проанализировать не только производственные и финансовые показатели, но и то, как он, бизнес,

заботится о собственных работниках, насколько его деятельность соответствует интересам других участников рынка, жителей территорий его присутствия, а также общества в целом. Не нужно доказывать, что при любой степени свободы жить в обществе и быть свободным от общества нельзя. Следовательно, предприниматель старается найти компромисс между получением собственной прибыли и удовлетворением потребностей общества, тем самым формируя гражданскую зрелость посредством выполнения социальных обязательств перед обществом. Именно это выступает критериальным показателем, наличие которого позволяет обеспечить не только экономическую эффективность организации, но и ее социальное развитие и ответственность.

Значение социальной ответственности огромно, т.к. бизнес обладает большими материальными и финансовыми ресурсами, что позволяет ему оказывать содействие решению, обычно очень затратных, социальных проблем и таким образом изменять качество жизни людей.

Корпоративная социальная ответственность – это в первую очередь предоставление обществу качественных товаров и услуг, выплата налогов в местный и федеральный бюджет, создание рабочих мест и безопасной рабочей среды, здоровье и развитие персонала, экологическая безопасность, содействие развитию общества [5]. Иными словами КСО направлена, как на внутреннюю, так и на внешнюю среду.

На сегодняшний момент, модель внутриорганизационной социальной ответственности разработана и регулируется в России достаточно хорошо. Трудовой кодекс, профсоюзы, трудовые и налоговые инспекции – вот неполный список институтов, регулирующих и защищающих положение персонала организации.

А вот забота об обществе в целом – снижение уровня социальной нестабильности, сокращение социальных рисков, повышение духовного потенциала общества и т.д. – отличается бессистемностью, одноразовыми акциями.

Еще в 2003 г. в своем докладе "Социальная ответственность бизнеса в современной России" на заседании Правления Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Е.М.Примаков заявил, что «жизнь властно требует объединения государственных и предпринимательских действий для решения социальных проблем» [1]. На том же заседании В.Путин выразил надежду, что «в недалекой перспективе бизнес будет все больше и больше принимать участие и в социальных программах государства в целом» [4].

О необходимости повышения уровня социальной ответственности у отечественных предпринимателей неоднократно говорил Д.А. Медведев. «Крайне важно, чтобы проблемами отрасли (социального обслуживания) и соответственно проблемами пожилых людей занимались не только государственные структуры, но и неправительственные структуры, общественные объединения, деловые круги. Зрелость нашего бизнеса как раз в этом должна и проявляться» [3].

Отсюда следует, что основная цель развития процесса социализации бизнеса состоит в том, чтобы стимулировать корпорации быть ответственными за последствия своей деятельности с точки зрения влияния на здоровье и жизнь людей, экологию, социальную безопасность и стабильность. Именно КСО является связывающим звеном, органичного объединения интересов бизнеса, государства и общества.

Такая практика развития социальной ответственности наблюдается в Рязанской области. Наибольшей популярностью в регионе пользуется такая форма корпоративной социальной ответственности бизнеса как шефская помощь. В основном свое распространение эта форма нашла в сфере образования. Предприятие и образовательное учреждение заключают договор о социальном партнерстве, где прописаны взаимные обязательства шефа и подшефного. В каждом конкретном случае эти обязательства разные.

Сейчас около 60% образовательных учреждений Рязанской области заключили договоры о социальном партнерстве со своими шефами. По

приблизительным подсчетам, вклад предприятий Рязанской области в развитие образования ежегодно составляет около 35 миллионов рублей.

В основном, предприятия ведут шефскую работу по территориальному принципу. Например, рядом с Гусевской сельской школой находится Бельковский лесхоз. Основная их помощь – это ремонт, текущий и капитальный. А ученики подшефной школы, в свою очередь, летом идут в лесхоз на практику, сажают деревья.

В 2010 г. впервые в истории Рязани на базе Рязанской государственной радиотехнического университета началась подготовка специалистов по направлению «Химическая технология». Отделение было открыто при непосредственной поддержке Губернатора области Олега Ковалева и будет выпускать профессионалов, востребованных в нефтепереработке и других отраслях ТЭК, а компания «ТНК-ВР» взяла шефство над отделением вуза. В день подписания Соглашения Александр Горшков, руководитель компании, вручил первому проректору университета Алексею Зимину сертификат на 3 млн. рублей. На социальные инвестиции компания в среднем в год выделяет более 50 млн. рублей, в том числе на благотворительные проекты около 10 млн. В сферу благотворительной деятельности компании в 2012 году попали медицинские учреждения, детские сады, Рязанское воздушно-десантное командное училище, парашютно-десантный полк, Окский биосферный заповедник.

Примеры социальной ответственности подтверждают то, что сегодня возможность быть социально ответственной компанией – это привилегия крупного бизнеса. К таким компаниям в большинстве своем относятся крупные международные концерны и корпорации, отечественные предприятия, занимающие устойчивую позицию на рынке.

В настоящее время четко обозначилась необходимость изменения отношения к социальным инвестициям у российских предпринимателей. Нужно повсеместно расширить сферу социальной ответственности бизнеса, вовлекая в нее малый бизнес.

Однако, тенденции последних лет показывают, что современная политика российского государства в отношении развития КСО – неоднозначная. Формально государство – «за», что однозначно утверждено основным законом страны – Конституцией РФ 1993 г., провозгласившей: в Российской Федерации поощряется добровольное социальное страхование, создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительность[2].

Но на практике всё противоречиво. Так, например, в Налоговом кодексе РФ (редакция 2002 г.), отсутствуют льготы по налогу на прибыль – в том числе и льготы по благотворительности. Поэтому не удивительно, что действующая государственная налоговая политика снижает заинтересованность коммерческих структур в развитии социальной ответственности, направленной на внешнюю среду и в целом, оказывает отрицательный эффект.

Как показывает опыт развитых стран, КСО играет важную роль и занимает прочное положение в том обществе, где используется простой и эффективный метод стимулирования бизнеса со стороны государства – экономический, одним из инструментов которого является предоставление налоговых льгот.

Кроме того, в развитых странах разработаны и приняты единые стандарты социальной отчетности, помогающие систематизировать данный процесс и обеспечить его прозрачность. Наиболее популярным стандартом на Западе признан GlobalReportingInitiative (GRI), удобный как для «ассов» социальной ответственности, так и для новичков, так как похож на обычный финансовый отчет.

В 2001 г. в Великобритании была опубликована Белая Хартия под названием «Модернизация закона о компаниях», обязывающая все крупные коммерческие организации в дополнение к финансовой представлять отчетность о своей деятельности в области социальной ответственности. Аналогичный закон в 2008 г. был принят в Дании.

Другим возможным способом взаимодействия бизнеса и государства является софинансирование социально значимых проектов и частно-государственное партнерство. Но развитие данного направления осложняется высокой степенью бюрократизации и непрозрачности органов власти. Но, с другой стороны, к коррумпированию государственных органов отчасти привело желание бизнеса лоббировать необходимые им решения. Поэтому необходимо одновременно разрабатывать не только правовую базу для развития социальной ответственности, но также лоббистское и антикоррупционное законодательство.

Кроме того, власть (независимо от уровня) должна принять комплексные меры для мотивации бизнеса стать социально ответственным, используя как экономические, так и неэкономические методы. Такие, как награждение государственными и ведомственными награды, проведение конкурсов и премий в области социальной ответственности. И есть тому положительные примеры. Успешно развивается данная практика в Санкт-Петербурге, Череповце, где ежегодно проводится общегородской конкурс «Социальная ответственность власти и бизнеса», причем существуют как номинация «Социальная ответственность бизнеса», так и «Социальная ответственность власти».

Региональным властям следует оказывать большее внимание оказанию информационной поддержки мероприятий компаний, реализуемых в рамках социальных программ региона и самих компаний, и, за счет этого, пропагандировать социально ответственное поведение.

Социально ответственное поведение – залог репутации и положительный имидж компании. Популяризация социальной ответственности бизнеса в СМИ на Западе привела к тому, что при одинаковых характеристиках качества и цены товара, а иногда и в ущерб цене, западный покупатель приобретет продукт компании, про благотворительные акции которой он что-то слышал.

Сегодня, когда пришло осознание необходимости взаимодействия триады власть-общество-бизнес, для развития этого необходимо комплексное использование всех инструментов. Нельзя фокусироваться только на экономических стимулах, не уделяя должного внимания уменьшению пробелов в законодательстве. Необходимо учитывать, что изначально понятие социальной ответственности основывается на принципах благотворительности и альтруизма. И, в первую очередь, необходимо, чтобы в России звание «Социально-ответственная компания» – стало одним из самых серьезных и престижных наград, вручаемых правительством.

#### Литература

1. Власть и бизнес: ответственность друг перед другом// Российская газета– 26.12.2003 г.
2. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993  
[//http://www.consultant.ru/popular/cons/](http://www.consultant.ru/popular/cons/)
3. Медведев призвал бизнесменов уделять внимание проблемам пожилых людей // [www.rian.ru/politics](http://www.rian.ru/politics) – 14.10.2010 г.
4. Петров В. Социальная ответственность бизнеса в обмен на государственные гарантии прав собственности?//  
<http://www.maecenas.ru>.
5. Социальный портрет бизнеса. – Альпина Бизнес Букс, 2004. – С.7

Антипьев А.Г.,

Антипьев К.А.,

г.Пермь

#### СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФАКТОР В МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА И ЭКОНОМИКИ

Среди отечественных и зарубежных теоретиков и практиков нет единого мнения относительно причин, породивших мировой кризис в 1008-2009 гг., и, судя по многим признакам, продолжающиеся ныне. Обострилась